COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 1er octobre 2015

Mediametrie

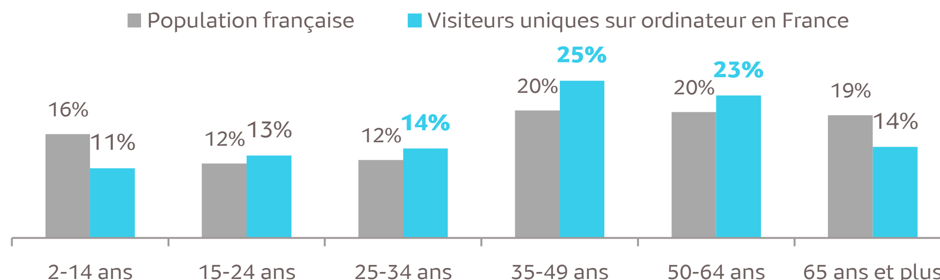
L'audience de l'internet en France en août 2015

42 ans : c'est l'âge moyen des visiteurs uniques sur Internet

En août 2015, le visiteur unique français sur ordinateur a en moyenne près de 42 ans (41,6). Il a consacré en moyenne 36 heures et 5 minutes au cours du mois à la consultation d'Internet. Cet âge moyen est similaire à celui des personnes résidant en France au sein d'un ménage (41,7 ans).

La répartition par tranche d'âge de la population française et de la population des internautes français sur ordinateur est cependant bien différente. En août 2015, les 25-49 ans sont les plus représentés sur Internet avec 39% de l'audience Web alors qu'ils ne constituent que 32% de la population. A l'inverse, les 2-14 ans et les plus de 65 ans sont moins présents sur le Web qu'au sein de la population hexagonale, avec respectivement 11% et 14% de l'audience Web, contre 16% et 19% de la population française sur ce même mois.

Répartition de la population française des ménages et de la population de visiteurs uniques sur ordinateur par tranche d'âge en août 2015



Les préférences des internautes diffèrent selon leur âge. En août 2015, les sites les plus prisés par les visiteurs uniques dont l'âge moyen est inférieur à 41,6 ans sont ceux axés sur l'emploi et le divertissement. A l'opposé, les sites dédiés à la banque/finance et aux vacances sont les plus visités par les internautes plus âgés que la moyenne.

Top 5 des sous-catégories par âge moyen croissant en août 2015 *

Sous-catégories	Visiteurs uniques mensuels	Age Moyen
Multi-catégories - Emploi & Formation	3 255 000	**37,5**
Jeux en ligne	20 797 000	**39,1**
Enfants / Jeux et jouets	8 442 000	**39,4**
Musique	12 822 000	**39,6**
Vidéos / Cinéma	30 056 000	**40,8**

Top 5 des sous-catégories par âge moyen décroissant en août 2015 *

Sous-catégories	Visiteurs uniques mensuels	Age Moyen
Religion / Spiritualité	4 268 000	**48,4**
Prêts / Crédits	2 562 000	**47,9**
Multi-catégories - Banque / Finance / Assurance	2 346 000	**47,9**
Assurance	7 729 000	**47,9**
Hôtels / Guides Hôteliers	12 119 000	**47,6**

* Sous-catégories dont la couverture internaute est >= 5%.

Source : Médiamétrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – août 2015 – Base : 2 ans et plus – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés // Population des ménages - Base démographique Médiamétrie

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

mediametrie // NetRatings

L'audience de l'internet en France en août 2015

Le Top 50 des Groupes les plus visités en France

P

Rang	Groupes	Visiteurs Uniques par mois
1	Google	39 878 000
2	Microsoft	34 457 000
3	Facebook	25 034 000
4	Orange	20 174 000
5	Webedia	19 084 000
6	Solocal Group	18 782 000
7	CCM Benchmark Group	18 749 000
8	Schibsted	16 588 000
9	Amazon	16 579 000
10	Groupe Lagardere	14 362 000
11	Iliad	13 951 000
12	Wikimedia Foundation	13 411 000
13	Yahoo	12 906 000
14	M6	12 787 000
15	Groupe Auchan	12 515 000
16	Groupe Credit Agricole	11 637 000
17	Groupe Figaro	11 293 000
18	La Poste	11 224 000
19	Prisma Media	10 955 000
20	Groupe Le Monde	10 907 000
21	Groupe Casino	10 718 000
22	Groupe TF1	10 653 000
23	eBay	9 917 000
24	Association VideoLAN	9 857 000
25	Groupe Numericable - SFR	9 728 000
26	francetélévisions	9 656 000
27	Vivendi	9 571 000
28	Groupe Amaury	9 472 000
29	auFeminin	9 314 000
30	Apple Computer	8 863 000
31	Meteo France	8 423 000
32	Gouvernement Francais	8 398 000
33	Dailymotion	8 219 000
34	Next Radio TV	7 902 000
35	SNCF France	7 802 000
36	Ministere de l Economie des Finances et de l Industrie	7 630 000
37	Fnac	7 549 000
38	Michelin	7 266 000
39	Tripadvisor	6 727 000
40	Roularta	6 608 000
41	Ministere de l Education Nationale	6 532 000
42	PriceMinister	6 311 000
43	Mondadori	6 278 000
44	Carrefour	6 132 000
45	Societe Generale	6 116 000
46	Kingfisher	6 004 000
47	Pole Emploi	5 919 000
48	20 Minutes France	5 623 000
49	InterActiveCorp	5 562 000
50	Hutchison-Priceline	5 488 000

Source : Médiamétrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – août 2015 – Base : 2 ans et plus – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

mediametrie // NetRatings

L'audience de l'internet en France en août 2015

Le Top 50 des Sites les plus visités en France

Rang	Marques B	Visiteurs uniques par mois	Visiteurs uniques par jour
1	Google	38 812 000	12 931 000
2	Facebook	24 921 000	6 588 000
3	Microsoft	23 911 000	3 144 000
4	YouTube	21 203 000	3 229 000
5	Orange - T	18 363 000	4 319 000
6	Windows Live	17 125 000	2 502 000
7	Leboncoin.fr - TS OJD	16 572 000	2 661 000
8	Amazon	16 294 000	1 680 000
9	Skype	15 671 000	4 233 000
10	PagesJaunes	14 103 000	1 106 000
11	Free	13 329 000	1 502 000
12	Wikipedia	13 299 000	1 299 000
13	Yahoo - T	11 392 000	2 025 000
14	Cdiscount	9 964 000	721 000
15	Videolan	9 853 000	1 310 000
16	France Televisions - TS OJD	9 656 000	770 000
17	CommentCaMarche - TS	9 498 000	569 000
18	Blogger	9 283 000	733 000
19	SFR	8 922 000	1 481 000
20	Apple	8 862 000	869 000
21	Meteo France - TS	8 423 000	972 000
22	MSN - T	8 352 000	1 393 000
23	Outlook (Outlook.com)	8 253 000	1 627 000
24	Dailymotion - TS	8 219 000	567 000
25	Le Figaro - TS OJD	8 169 000	694 000
26	Credit Agricole	7 678 000	1 208 000
27	AlloCine - TS	7 568 000	581 000
28	eBay	7 557 000	788 000
29	Fnac	7 472 000	476 000
30	Linternaute.com - TS	7 246 000	415 000
31	Mappy - TS OJD	7 102 000	428 000
32	Bing	7 006 000	917 000
33	impots.gouv.fr	6 954 000	373 000
34	OverBlog	6 842 000	426 000
35	TripAdvisor	6 727 000	410 000
36	Le Monde - TS OJD	6 658 000	648 000
37	ViaMichelin - TS	6 601 000	416 000
38	Service-Public.fr - TS OJD	6 216 000	317 000
39	PriceMinister	6 215 000	451 000
40	Voyages-Sncf.com	6 124 000	375 000
41	Tele Loisirs - TS OJD	6 037 000	766 000
42	Pole Emploi	5 917 000	555 000
43	Marmiton - TS	5 910 000	347 000
44	Carrefour	5 743 000	377 000
45	MYTF1 - T	5 736 000	449 000
46	LA POSTE	5 703 000	826 000
47	L Equipe - TS OJD	5 678 000	785 000
48	20minutes.fr - TS OJD	5 567 000	424 000
49	Dropbox	5 442 000	663 000
50	Doctissimo - TS OJD	5 367 000	299 000

Source : Médiamétrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – août 2015 – Base : 2 ans et plus - Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Définitions et méthodologie

Groupe ou Parent (P) : Le Parent est un niveau qui consolide l'audience d'un ensemble de marques (Brand). Il est important de noter qu'une brand ne peut être comptabilisée que dans un seul Parent.

Le Parent est la société qui est l'actionnaire principal des brands (et non des URLs) qui lui sont rattachées.

Marque ou Brand (B) : La Brand est le niveau « marque ». Une brand est un agrégat de domaines, de sous-domaines et/ou de pages identifiés par un même logo de façon cohérente et homogène.

Channel (C) : Le Channel désigne une thématique/chaîne. Il rassemble les contenus d'une marque qui ont une même thématique. Ce niveau est un sous-ensemble d'URLs de la Brand recoupant la même thématique (exemple : news, mail, etc.).

Visiteurs Uniques par mois : Nombre total d'individus ayant visité un groupe ou un site au moins une fois pour le mois concerné quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux. Les individus ayant visité le même groupe (ou le même site) plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

Visiteurs Uniques par jour : Nombre d'individus ayant visité un site au moins une fois au cours d'une journée moyenne pour le mois concerné. Les individus ayant visité le même site plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois pour cette journée.

Application Internet : Une application Internet regroupe tout fichier « .exe » repéré par le logiciel et qui a été créée pour être utilisée avec Internet.

- Exemples d'applications Internet : applications de messageries instantanées, applications de lecteurs de contenu audio/vidéo, applications de partage de fichiers média...

- Exemples d'applications non Internet : les logiciels basiques (traitement de texte, logiciels de base de données, etc.), les programmes d'installation, les systèmes d'exploitation ou autres logiciels systèmes (impression, etc.).

La mesure d'audience des sites Internet est hybride depuis les résultats du mois d'octobre 2012. Une notification accompagne le nom des Brands :

- les acteurs ayant participé à la mesure par l'implémentation d'un **T**ag sur au moins 50 % de leur périmètre sont notifiés d'un « **T** »
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé sont notifiés d'un « **TS** » (pour **T**aggé 100 % **S**ite-Centric)
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé et certifié par l'**OJD** sont notifiés d'un « **TS OJD** »

Le Panel France de Médiamétrie//NetRatings

Le Panel France de Médiamétrie//NetRatings s'appuie sur un échantillon de 20 000 individus, recrutés par téléphone et sur Internet, représentatif de la population des internautes âgés de 2 ans et plus, résidant en France et disposant d'un accès Internet à domicile et / ou sur le lieu de travail. La mesure d'audience des sites Internet est hybride depuis les résultats d'octobre 2012. Unique et innovante, la méthodologie hybride consiste à enrichir les données du panel Médiamétrie//NetRatings par des données site-centric issues des mesures certifiées par l'OJD, de la mesure eStat, et d'un tag light proposé aux acteurs ne disposant pas d'une mesure site-centric certifiée. Les informations d'audience et d'usage Internet sont disponibles mensuellement sur plus de 8 000 sites, par cible (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres...), par catégorie de sites (sites d'actualités, sites e-commerce, sites de voyages...) et par lieu de connexion (domicile, lieu de travail, domicile et travail ou tous lieux de connexion).

A propos de Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile et le Cross-Médias. En 2014, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 82,4 M€.

Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Médiamétrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.

Web : www.mediametrie.fr
Twitter : www.twitter.com/Mediametrie
Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contacts Presse :
Laure Osmanian
Tél : 01 47 58 97 55
losmanian@mediametrie.fr

Benoit David
Tél : 01 71 09 93 18
bdavid@mediametrie.fr